

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

隨著知識經濟時代來臨，知識成為經濟成功與否的關鍵。科技快速演變、生產力大幅提升，創造出前所未有的市場機會，包括創新產品的出現及舊有產品應用嶄新技術提升原有功能或降低成本。一個成功企業必須能掌握市場的發展趨勢，適時開發推出新產品拓展市場，才能確保企業營運績效，以維持企業永續經營之目標。

在面對知識爆炸所造成市場需求快速變動的產業環境，企業如何掌握市場需求，如何解讀龐大且紛亂的資訊，並進一步藉由分析將潛在市場需求具體化已成為企業取得優勢的重要議題。

因科技突破所造成的科技產品在推陳出新的腳步更加快速，產品生命週期也遭受嚴格之壓縮，亦造成企業在技術發展到產品開發上時程的縮短。在過去關於企業在新產品開發上，諸多著墨於產品開發流程改善以提升產品績效，而在整合市場知識進入產品開發之研究卻極為有限。本研究擬由產品細部開發流程中，探討市場知識運作對產品規格、功能等具體之影響。

市場知識的組成元素為顧客知識、競爭者知識及行銷與研發介面的整合，企業如何整合由外部引進之場資訊，更一步轉化為組織化、結構化的市場知識，端賴企業本身所具備之能力及完善之市場資訊處理機制。本研究亦透過個案公司在市場資訊處理機制的設計與運作做一分析探討，希

冀能夠提供一清楚的市場運作模式。

## 第二節 研究目的

本研究主要以市場知識對新產品開發影響為主軸，透過產品個案分析探討試圖描述及解釋以下幾項：

1. 不同市場知識在新產品開發中涉入對於產品之影響。
2. 市場知識運作對新產品開發績效之影響。
3. 新產品發展的驅動過程不同，對市場知識需求及市場知識介入的階段所造成之影響。
4. 產品特性、應用市場不同，對市場知識引入的影響。